

# TERRITORY INFLUENCE

## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

### Territory Influence publie une étude inédite sur le Black Friday et les habitudes d'achat des consommateurs européens

PARIS, 17 septembre 2024 - Territory Influence, leader en marketing d'influence, dévoile aujourd'hui une nouvelle étude exclusive qui plonge au cœur des comportements des consommateurs lors du Black Friday et de la période des fêtes. Cette analyse approfondie, menée auprès de 29 000 consommateurs à travers l'Europe, offre un éclairage précieux pour les marques qui souhaitent maximiser leurs performances durant cette période clé.

#### Un événement qui ne cesse de croître

Le Black Friday, qui était historiquement limité à une seule journée, s'étend désormais sur une semaine entière, créant une frénésie sans précédent dans le secteur du retail. Cette étude souligne la nécessité pour les marques d'adopter des stratégies marketing spécifiques afin de capter l'attention des consommateurs et répondre à leurs attentes dans un environnement de plus en plus concurrentiel.

#### Des insights exclusifs sur les habitudes d'achat des consommateurs

Grâce à une série de sondages réalisés via sa communauté trnd, TERRITORY Influence révèle des données cruciales pour comprendre les décisions d'achat pendant le Black Friday :

- **65% des consommateurs** interrogés ont effectué un achat lors du Black Friday.
- **70% des achats ont été réalisés en ligne**, soulignant l'importance croissante du e-commerce durant cette période.
- Les produits les plus prisés sont **l'électronique (31%)** et la **mode (23%)**, avec une préférence marquée pour les offres promotionnelles et les recommandations authentiques d'influenceurs.

#### L'impact des réseaux sociaux et de l'influence authentique

L'étude met également en lumière le rôle central des réseaux sociaux et des influenceurs dans le parcours d'achat des consommateurs, notamment pour les plus jeunes générations. **85% des acheteurs** déclarent avoir été influencés par du contenu sur les réseaux sociaux, et **45% ont effectué un achat** après avoir vu un produit recommandé par un influenceur pendant le Black Friday.

Les **nano et micro influenceurs** se révèlent être des acteurs clés dans ce processus, particulièrement pour la **Génération Z**, qui privilégie les recommandations authentiques et personnalisées.

## **Un guide stratégique pour les marques**

Loin d'être simplement un événement promotionnel, le Black Friday est désormais une opportunité stratégique pour les marques de renforcer leur lien avec les consommateurs et d'accroître leurs ventes. Cette étude offre des conseils pratiques et des recommandations actionnables pour les marques, telles que l'importance de lancer leurs campagnes au bon moment, de privilégier l'authenticité et d'investir dans les avis consommateurs et les contenus générés par les utilisateurs.

## **[Téléchargez l'étude complète](#)**

### ***A propos de TERRITORY Influence***

*TERRITORY Influence est l'un des principaux partenaires de marketing d'influence 360 en Europe avec +5M d'influenceurs enregistrés sur sa propre plateforme. Faisant partie du groupe Bertelsmann et de son expérience depuis 2006, l'agence a exécuté +4 500 campagnes à travers 20 pays. Sa mission première est de placer l'humain au cœur de chaque stratégie marketing en offrant toujours la meilleure sélection d'influenceurs (nano, micro, macro et stars), de canaux (en ligne et hors ligne) et de technologies (solutions communautaires et en marque blanche). Avec la capacité de générer un impact commercial réel, TERRITORY Influence ne se limite pas à un concept ou à une industrie spécifique. Parmi ses clients notables figurent L'OREAL, Carrefour, Nestlé, Beiersdorf, Philips, entre autres....*

***Pour plus d'informations et des données supplémentaires sur l'étude, veuillez contacter :***

*Justine LAILLER*

*[lailier.justine@territory.group](mailto:lailier.justine@territory.group)*

*06 11 52 67 12*